FKConseil

[CATALOGUE DE FORMATIONS 2013/2014]

Francois Kohler Conseil
276 boulevard Constantin Descat – 59200 Tourcoing
0 970 447 417 ou 06 74 97 68 07
Www.fkconseil.com
N°Siret : 487 459 489 00034

Consolider certains fondamentaux du Marketing ou acquérir de nouvelles compétences dans un monde sans cesse en évolution.

C'est dans cet esprit et avec ce double objectif que sont dispensées nos formations.

En complément aux formations opérationnelles axées sur la **Création Web** ou **sur le référencement naturel ou payant**, nous avons choisi aussi de développer cette année des formations traitant d'aspects plus stratégiques (Réseaux sociaux & Webmarketing).

Parallèlement à ces prestations, n'hésitez pas à me contacter pour me faire part de vos besoins: des formations ou modules pourront être construits « sur-mesure » pour répondre à des problématiques plus spécifiques.

Nous espérons avoir le plaisir de vous accueillir prochainement lors d'une de mes formations.

François Kohler

SOMMAIRE

« Introduction à la création de site Internet» 3
« Les fondamentaux du Webmaster» 4
« Wordpress 3 : Les fondamentaux » 5
« Joomla Concepteur» 7
« Réussir son référencement » 8
« Bien rédiger pour le web » 9
« Optimiser son référencement avec Google Analytics » 10
« Mettre en place une campagne Adwords » 11
« Utiliser Google Analytics / Fondamentaux» 12
« Réseaux sociaux et E-Réputation (Facebook & Twitter) » 13
« Concevoir un Emailing efficace » 14

« Introduction à la création de site Internet»

DUREE : 1 Jour

OBJECTIFS

- Appréhender la philosophie de construction d'un site Web.
- Découvrir les outils et les différentes techniques mises en œuvre.

PRE-REQUIS / PUBLIC CONCERNE

Toute personne – sans formation préalable - désirant découvrir le métier de Webmaster et acquérir les bases nécessaires à la création d'un site Web. Une bonne connaissance d'Internet est nécessaire.

PROGRAMME

Définition du métier

- Du rédacteur en ligne à l'informaticien
- Un peu de technique et de théorie...
- L'hébergement / Nommer son site
- L'Internet et la législation

Architecture réseau

- Les différents types de connexions
- Les notions essentielles de TCP/IP
- Résolution de noms avec DNS

Tour d'horizon des langages et des outils de développement

- Les langages de bases HTML, XHTML, DHTML, XML
- Les scripts côté client (javascript, jscript, vbscript)
- Les scripts côté serveur (ASP, JSP, PHP, Perl...)
- Le langage Java et Les outils du moment

Rendre un site interactif

- Les images / Les bannières Gif
- Le Flash
- Les formulaires

Tour d'horizon des serveurs web

- Le type de machine
- Quel système d'exploitation ?
- Le choix du logiciel Serveur Web

Créer et Publier son site

- Les outils de développement (Editeurs / WYSIWYG)
- ATELIER PRATIQUE : Publier avec un FTP

Promouvoir son site

- Le référencement naturel et payant
- Les outils de promotion
- Mesurer l'audience
- Les outils google

« Les fondamentaux du Webmaster»

DUREE : 1 Jour

OBJECTIFS

- Découvrir les concepts techniques indispensables à la maîtrise du Web
- Apprendre ce que signifient les termes tels que adresse IP, architecture client-serveur, distribution wamp, PHP, javascript, CSS, communication asynchrone, protocoles TCP/IP, DNS, cookies, session HTTP, CMS, Ajax, web 2.0.

PRE-REQUIS

Une connaissance de l'internet, de l'environnement Windows7 et des bonnes notions de HTML

PROGRAMME

Notion de réseau :

- Les réseaux
- Les classes IP
- Le ping

Les applications Internet :

- Les 4 couches TCP/IP
- Les ports et les sockets
- L'application Web et les protocoles HTTP et HTTPS
- L'application Mail et les protocoles SMTP et POP
- L'application de transfert de fichier et le protocole FTP
- L'application de connexion à distance et le protocole SSH

Nom de domaine :

- Syntaxe d'un nom de domaine
- Résolution d'un nom de domaine
- Configuration des zones d'un domaine

Architectures de site Web :

- Site statique avec le XHTML
- Site interactif côté client avec Javascript
- Site interactif côté serveur avec PHP
- Site dynamique avec PHP/MySQL
- Site Web 2 avec Ajax
- Site Full Flash
- Site marchand avec HTTPS

Serveur et hébergement :

- Bande passante et débit
- Fournisseur d'accès
- Centre d'hébergement
- Différents types d'hébergement

Référencement (SEO) et Web analytique :

- Le Webmarketing
- Les moteurs de recherche
- Le référencement
- Atelier pratique : Optimiser son site

« Wordpress 3 : Les fondamentaux »

DUREE 2 Jours

OBJECTIFS

- Maîtriser la **construction d'un blog ou d'un site** Web personnalisé grâce à **WordPress 3**
- Intégrer les nombreuses fonctionnalités offertes par ce CMS pour créer, enrichir et assurer un bon référencement de votre blog/site.

PRE-REQUIS

Toute personne ayant de bonnes bases en informatique, désirant créer rapidement un site internet à l'aide d'un CMS (Content Management System). Cette formation s'adresse aussi bien à des débutants qu'à des utilisateurs plus expérimentés qui mettront à profit les diverses techniques et savoir-faire pour bâtir pas à pas une interface modulable et actuelle.

CONTENU JOUR 1

- Présentation du fonctionnement des SMS
- Présentation du fonctionnement de WordPress plus spécifiquement
- Outils et logiciels indispensables (FTP / BDD SQL / Hébergeur)
- Installer WordPress chez un hébergeur

Tour d'horizon de WordPress :

- Organisation le contenu & Arborescences (Catégorie / Sous Catégories)
- Présentation et personnalisation du Dashboard
- Les 1ers réglages
- Installation d'un thème / Installation d'un widget / Installation d'un plugin (extension)
- Les utilisateurs (rôles et permissions)

Créer du contenu :

- Écrire et structurer son premier article
- Différences entre une page et un article
- Ajout de médias / Insertion d'une image
- Insertion d'une galerie / d'une vidéo / de l'audio / d'un fichier PDF

Modifier le contenu :

- Modifier les pages et articles / les images / Les tags / Les catégories
- Personnalisation du site / Fonctionnement des widgets
- Affichage des actualités d'un autre site
- Les liens / Les commentaires / Utiliser le 'sticky Post' (article en tête de page)

CONTENU JOUR 2

Modifier la présentation :

- Gestion des menus
- ATELIER : Modification du thème 'twenty ten' (Modifier l'image d'en-tête /Changer de thème)
- Rajoutez un bouton avec les CSS
- Les shortcodes : insérer des fonctions plus complexes
- Installer des extensions Firefox / Google Chrome
- Tirez profit de la puissance de votre back office
- Administration des CSS avec un logiciel

Gérer son site :

- 10 choses à faire après l'installation de votre site WordPress
- Bien référencer son site et suivre la fréquentation
- Sauvegarde de votre site
- Mise à jour automatique et manuelle de votre version WordPress
- Installer un second WordPress sur son serveur
- Activer la fonction 'multisite' de WordPress 3
- Traduire son thème avec poedit

Améliorer la mécanique de WordPress :

- Configuration d'un compte Feed burner
- Améliorer le référencement de votre site avec une SiteMap
- Utiliser un thème enfant pour regrouper les modifications
- Comprendre WordPress : la boucle 'The loop' / la hiérarchie des pages
- Créez un modèle de page
- Parcourir le codex de WordPress

Ajouter des fonctionnalités supplémentaires à votre site :

- Insérer un formulaire de contact
- Réaliser votre intranet
- Faîtes de la vente en ligne avec PayPal
- Traduire son site automatiquement avec un plugin

« Joomla Concepteur»

DUREE 3 Jours

OBJECTIFS

Au terme de ce stage, l'utilisateur sera capable de mettre en place un site internet dynamique et personnalisé à partir de la plateforme Joomla.

PRE-REQUIS / PUBLIC CONCERNE

Toute personne ayant de bonnes bases en informatique, désirant créer rapidement un site internet à l'aide d'un CMS (Content Management System).

PROGRAMME

Installation et mise en ligne

- Choix d'un hébergeur, Serveur FTP, SQL
- Import/Export des bases de données Joomla
- Installation sur un serveur local
- Installation sur un serveur distant

Administration de Joomla

- Installation des templates
- Installation des composants
- Gestion des utilisateurs : Visiteurs, Enregistrer, Administrateur
- Paramètres généraux : Langage, durée de connexion, réglages email, paramètres serveur

Hiérarchisation de Joomla

- Réflexion sur l'organisation du site
- Composants / Modules / sections / catégories / Articles
- Emplacement et options

Rédaction des articles

- Réflexion sur la lisibilité des textes
- Mise en forme : texte/image/Liens hypertexte
- Les balises d'en-tête
- Tableau
- Publication et option d'affichage

Gestion des médias

- Optimiser les médias pour la lecture écran
- Stocker et organiser les médias

Création des paramétrages des composants

- Les menus
- Les bannières
- Contacts / Les plus lus / Les dernières actualités

Réalisation d'une maquette graphique

- Découpage et exportation d'une maquette réalisée sur photoshop.

Gestion des templates

- Modifier un template existant
- Création d'un modèle CSS
- Adapter et compresser un CSS pour Joomla

« Réussir son référencement »

DUREE : 2 Jours

OBJECTIFS

- Optimiser le référencement Web, travailler le SEO (Search engine optimization) pour générer beaucoup plus de visibilité par les moteurs de recherche dont le majeur : « Google ».
- Augmenter efficacement le trafic d'un site.

PRE-REQUIS / PUBLIC CONCERNE

Toute personne ayant pour objectif de mettre en ligne un site ou d'optimiser un site existant. Connaissances de base de windows. Connaissance d'internet et de la méthodologie de création de site.

PROGRAMME

Introduction :

- Historique et paysage du référencement
- Concept White Hat/ Black Hat/Grey Hat
- Comment fonctionnent les moteurs de recherche (index, Spider)
- Le comportement des internautes

Optimisation 'in page' :

- Le Choix des les bons mots clés et le concept de la Longue Traîne
- Outils pour clés : le générateur Google / Google Insights / les autres outils
- La rédaction pour le web, une discipline à part entière
- Structuration d'un contenu éditorial H1 à H6
- Les Balises (Title / Meta et Optimisation des images via la balise ALT)
- Ergonomie et maillage interne
- Robots.txt / Sitemaps
- Choix du nom de domaine / URL des pages / Les URL exotiques
- Redirection et entêtes HTTP
- Critères bloquants au référencement (flash, iframe, javascript)
- Duplicate Content Interne et Externe

Optimisation 'off page' :

- Popularité et PageRank
- Réputation : contenu des textes d'ancre des liens
- Les techniques de netlinking : nofollow / Dofollow et Maillage interne
- La soumission dans les annuaires
- Le Link Ninja / Le linkbaiting : la pêche aux liens

Promotion et diffusion :

- La création d'un blog et flux RSS
- SMO : Socialisation des contenus et e-reputation / SEO vs SMO : les interactions
- Référencement universel Google Actualités / Google Maps et Google Adresses
- Référencement par les communiqués de presse

« Bien rédiger pour le web »

DUREE : 1 jour

OBJECTIFS

- Comprendre et de pratiquer l'écriture interactive.
- Adapter et rédiger vos messages de la manière la plus lisible qui soit
- Optimiser son écriture pour le référencement

PRE-REQUIS

Bien connaître la micro-informatique et Internet en tant qu'utilisateur.

PUBLIC CONCERNE

- Responsable de communication, responsable éditorial.
- Webmaster et toute personne devant rédiger les pages d'un site Web
- Rédacteur et futurs rédacteurs Web

PROGRAMME

Le Web : une nouvelle façon de penser l'écriture

- Comprendre les spécificités du média Web.
- Tenir compte des avantages et contraintes du HTML.
- Étudier les comportements de lecture sur le Web.
- Penser un nouvel espace visuel : sites et pages déroulantes.
- Texte et hypertexte : passer de l'écriture linéaire à l'écriture interactive.
- L'importance du texte dans le référencement naturel.

Organiser et structurer l'information sur le web

- L'organisation d'un document électronique : arborescences.
- Structures et modes de l'écriture hypermédia.
- Ergonomie : Définir la composition thématique du site.
- Choisir l'emplacement des textes en fonction de la logique de navigation.
- Les modèles d'organisation de l'information et des sites éditoriaux
- Exemples et contre-exemples de sites.
- ATELIER PRATIQUE

Rédiger les textes et choisir les liens

- Rappel des règles de base de l'écriture journalistique
- Le plan des textes. La construction des phrases.
- Choisir et hiérarchiser ses mots clés
- Choisir le vocabulaire / Utiliser la ponctuation
- Utiliser à bon escient les fonctions de l'hypertexte / Exploiter les différents types de liens
- Le découpage du texte par unité d'information / La création de niveaux de lecture.

« Optimiser son référencement avec Google Analytics »

DUREE 2 Jours

OBJECTIFS

- Optimiser le référencement d'un site Web avec Google Analytics, travailler le SEO (Search engine optimization)
- générer beaucoup plus de visibilité par les moteurs de recherche dont le majeur Google. Augmenter efficacement le trafic de vos sites.

PRE-REQUIS / PUBLIC CONCERNE

Avoir un site web / Maîtriser l'environnement Internet / Avoir des bases en HTML

CONTENU JOUR 1

Présentation générale de Google Analytics :

- Du compte Google au compte Google Analytics
- Fonctionnement Google Analytics et Notion de code de suivi
- Les profils Google Analytics ("principaux" et "secondaires")
- Gestion des utilisateurs : accès aux comptes et profils

Introduction au référencement :

- Introduction à la formation SEO (Définitions et chiffres)
- Historique du référencement / Le marché : acteurs, parts de trafic selon les pays
- Comment fonctionnent les moteurs de recherche (index Spider ...) / Le comportement des internautes

Optimisation 'in page' :

- Le Choix des les bons mots clés et le concept de la Longue Traîne
- Outils pour clés : le générateur Google / Google Insights / les autres outils
- La rédaction pour le web, une discipline à part entière
- Structuration d'un contenu éditorial H1 à H6
- Les Balises (Title / Meta et Optimisation des images via la balise ALT)
- Ergonomie et maillage interne
- Redirection et entêtes HTTP
- Critères bloquants au référencement (flash, iframe, javascript)
- Duplicate Content Interne et Externe

CONTENU JOUR 2

Optimisation 'off page' :

- Popularité et PageRank
- Réputation : contenu des textes d'ancre des liens
- Les techniques de netlinking : nofollow / Dofollow et Maillage interne
- La soumission dans les annuaires
- Le Link Ninja / Le linkbaiting : la pêche aux liens

Comment faire un suivi du référencement avec Google Analytics :

- Mesurer le trafic total et la part du SEO
- Comment faire du tracking (exemple : signature de mail)
- Comment utiliser Google Analytics pour analyser les mots-clés générateurs de trafic
- Les principales expressions régulières à connaître pour l'analyse du référencement
- Comment analyser les pages les plus performantes en référencement naturel, et celles qui doivent être optimisées en priorité

Utilisation avancée de Google Analytics pour optimiser le référencement :

- comment utiliser les objectifs et les rapports personnalisés pour mesurer l'efficacité du référencement naturel (comment mesurer combien le SEO contribue au chiffre d'affaires ou succès du site)
- SMO : Socialisation des contenus et e-reputation / SEO vs SMO

« Mettre en place une campagne Adwords »

DUREE : 1 Jour

OBJECTIFS

- Créer et Optimiser une campagne de mots clefs
- générer du trafic complémentaire au référencement naturel sur des sites Web.
- Sélectionner des mots clefs, paramétrer le prix maximum des enchères, créer des annonces associées et optimiser des campagnes de mots clefs.

PRE-REQUIS / PUBLIC CONCERNE

Avoir un site (marchand) / Maîtriser l'environnement Internet

CONTENU

Présentation :

- Qu'est ce que les liens sponsorisés ?
- La différence entre le Search et Display
- Les différents formats : texte, image, vidéo
- Présentation de la plateforme Adwords et Structure d'un compte Adwords

Les mots clés :

- Le concept de mot clé
- La qualité du mot clé et la notion de « Quality Score »
- Choix et stratégie des mots clés/ Les enchères

Les annonces :

- Les annonces
- Les extensions (textuelles / annonces / lieu / téléphoniques / de liens (ou ad-links))
- Les extensions de produits
- Les annonces vidéos et images

Les performances et niveau de qualité:

- Définition des objectifs de campagne
- Organisation d'une campagne
- Les performances des annonces & performances des mots clés
- Les pages de destinations (Landing pages)
- Généralités sur le niveau de qualité
- Contrôle du niveau de qualité et Impact

Les outils de Google AdWords :

- Evaluation de la rentabilité d'une campagne
- Google Adwords et Google Analytics
- Les autres outils de Google AdWords
- Installer et utiliser Google Editor

« Utiliser Google Analytics / Fondamentaux»

DUREE : 1 Jour (+1 jour si Ecommerce)

OBJECTIFS

Installer, configurer et utiliser Google Analytics.

Apprendre à **analyser le trafic** de votre site pour améliorer son ergonomie, être plus efficace et performant et optimiser votre référencement**.** Bien comprendre les fonctionnalités de cet outil très puissant.

PRE-REQUIS / PUBLIC CONCERNE

Avoir un site (marchand) / Maîtriser l'environnement Internet. Notion HTML/CSS

PROGRAMME

Installation de Google Analytics sur votre site :

- Création de compte Google Analytics
- Le marqueur Javascript (Le code eCommerce)
- Configuration de profil
- Intégration AdWords / Intégration AdSense

Les rapports :

- Généralités
- Visiteurs /Données démographiques
- Comportement
- Technologie
- Réseaux sociaux
- Google Mobile

Publicité AdWords :

- AdWords & Google Analytics

Sources de trafic :

- Concepts Marketing
- Les referers

Contenu :

- Section contenus

Conversions :

- Objectifs
- eCommerce

Tableau de bord :

- Généralités
- Exports des tableaux de bord

Fonctionnalités avancées :

- Segments
- Alertes
- Annotations
- Entonnoirs multi canal
- Rapports personnalisés

Fonctionnalités avancées :

- L'API d'export et Data Feed Explorer / Excellent Analytics / Google Analytics en temps réel

« Réseaux sociaux et E-Réputation (Facebook & Twitter) »

DUREE : 1 Jour

OBJECTIFS

Trouver **de nouveaux clients** et interagir avec eux. Apprendre à **créer et animer des comptes Facebook et Twitter** dans une optique professionnelle.

PRE-REQUIS / PUBLIC CONCERNE

Toute personne ayant une connaissance de l'internet et des réseaux sociaux. Cette formation destinée aux décisionnaires, chargés de communication, webmaster, responsable d'e-commerce.

PROGRAMME

Introduction aux médias sociaux :

- Cartographie des médias sociaux – Faire des choix
- Qu'est ce qu'un Community Manager ?

Facebook :

- Présentation des pages
- Créer sa page
- Personnaliser sa page de Bienvenue (Conseils et exemples)
- Choisir son « Username »
- Gérer les administrateurs
- Quel type de contenu diffuser ?
- Indicateur de performance avec Facebook Insights
- Aller plus loin avec l'Open graph

Twitter :

- Présentation de Twitter
- Créer et Configurer son compte Twitter pour l'entreprise
- Mode d'emploi / personnalisation / codes / stratégie
- Twitter et l'image du compte
- Naviguer dans Twitter
- La fonctionnalité « Hashtag » et « Mention »
- La fonctionnalité Reply et DM
- Follow et unfollow
- Localisation et ajouter une photo
- Tradition, Us et costumes de Twitter
- Feedback, échanges et recrutements
- Twitter et le référencement
- Lier mon compte Facebook et mon compte Twitter

Gagner des clients :

- Gagner de la visibilité
- Fonctionnement de la Publicité facebook
- Quels types de contenus
- La course aux fans : la fausse bonne idée
- Créer du trafic dans ma boutique avec Foursquare

E-réputation :

- Les relais d'influences
- Outils de veille
- Les outils de mesure d'influence

« Concevoir un Emailing efficace »

DUREE : 1 Jour

OBJECTIFS

- Maîtriser les potentialités de l'email
- Savoir mener une stratégie d'email marketing (quand et comment)
- Savoir adapter son mail à ses objectifs et à ses cibles
- Maîtriser les potentialités de l'email
- Savoir mener une stratégie d'email marketing (quand et comment)
- Savoir adapter son mail à ses objectifs et à ses cibles

PRE-REQUIS

Connaissance de l'environnement micro-informatique et d'internet. Connaissances des techniques rédactionnelles et publicitaires.

PROGRAMME

La communication de l'entreprise

- Les avantages d'un mailing
- Les limites
- Découverte de l'e-mailing marketing

Les différents types de mailing et leurs objectifs

- Les différents postes de coût
- Les coûts de création et de réalisation des
- messages
- Les coûts de reproduction, de logiciels, de
- diffusion
- Les coûts de location des adresses

Les techniques rédactionnelles

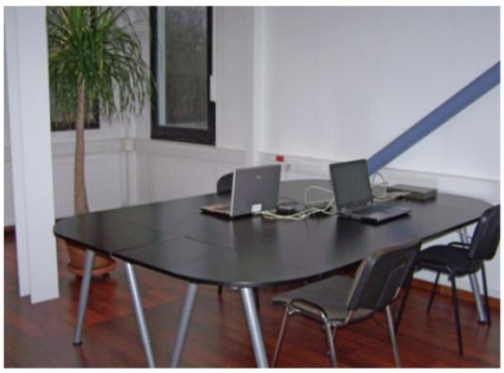
La gestion des campagnes

- Le timing de campagne
- Les tests d'optimisation
- La logistique de campagne

La mesure des résultats

- Les enjeux et différents types d'indicateurs
- Les résultats d'émission, la mesure des taux de Clic
- La mesure des effets en point de vente

Les formations pourront se dérouler sur site ou dans les locaux de formations situés à Wasquehal au sein de la société Capensis.



Profitez du DIF pour financer vos formations de Webmarketing.

FKConseil est déclaré en tant qu'organisme de formation et possède un numéro **de déclaration d'activité auprès de la Direccte**. Les formations proposées peuvent donc être éligibles au DIF et financées (entièrement ou partiellement).

N'hésitez pas à me contacter pour les modalités administratives.

Points forts des formations

- Exercices, mises en pratique et ateliers
- Sessions volontairement limitées à **6 stagiaires maximum**
- **Suivi** des stagiaires **pendant les 6 mois** après la formation

06 74 97 68 07